

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
SETOR DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE
SARA JULIANA GOLIN

**INDICADORES SOCIAIS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO:
ESTUDO NO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA**

CURITIBA

2013

SARA JULIANA GOLIN

**INDICADORES SOCIAIS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO:
ESTUDO NO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA**

Monografia apresentada como requisito parcial à obtenção do título de Especialista. Curso de Especialização em Gestão de Negócios da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Romualdo Douglas Colauto.

CURITIBA

2013

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO
PARECER FINAL

NOME DO (A) ALUNO (A): SARA JULIANA GOLIN

TÍTULO DO TRABALHO: INDICADORES SOCIAIS DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO: ESTUDO NO SETOR DE COMÉRCIO VAREJISTA

NOME DO PROFESSOR ORIENTADOR: ROMUALDO DOUGLAS COLAUTO

PARECER DO PROFESSOR ORIENTADOR:

Otimo trabalho; bem
desenvolvido e analisado. Tem com
potencial p/ bem mais.

NOTA: 9,5 (nove e meio) ASSINATURA:

NOME DO PROFESSOR DESIGNADO:

NOTA: 9,5 (nove e meio) ASSINATURA:

Prof. Romualdo Douglas Colauto
Departamento de Contabilidade
Mat. 202087 - 15162532

Prof. Dr. Vicente Pacheco
Departamento de Contabilidade
Matriculas: 100060-0342783

CONCEITO FINAL: 90 (noventa)

COORDENADOR DO CURSO: LUIZ CARLOS DE SOUZA

ASSINATURA: _____

DATA: ____/____/____

*“Não é o mais forte que sobrevive, nem o mais inteligente,
mas o que melhor se adapta às mudanças.”*

Charles Darwin

AGRADECIMENTOS

Agradeço aos meus familiares e amigos por acreditarem na minha capacidade, e por respeitarem às vezes em que deixei de estar com eles para dedicar algumas horas ao meu aprendizado e evolução profissional.

A todos os mestres que abdicaram de momentos em família para dedicar seus sábados na difusão de sua sabedoria, compartilhando um pouco de seu conhecimento com nós.

Ao Professor Dr. Vicente Pacheco pela oportunidade de cursar esta Especialização, onde pude desenvolver minha capacidade intelectual intercambiando com os mestres e colegas.

Por fim, agradeço especialmente ao Professor Dr. Romualdo Douglas Colauto, por sua paciência e disposição ao me orientar para o desenvolvimento e conclusão deste trabalho.

RESUMO

A inclusão da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) às demonstrações contábeis obrigatórias é mais uma evidencia da importância que as informações econômico-sociais têm ganhado no ambiente empresarial. Como instrumento de informação da riqueza gerada pela entidade, e a forma como é distribuída, a DVA atende à demanda de evidenciar o valor que a empresa agrega à sociedade em que a mesma está inserida. O objetivo deste estudo consiste na análise da Demonstração do Valor Adicionado (DVA) das empresas de capital aberto do segmento de comércio varejista no Brasil, acompanhando a evolução dos valores gerados e distribuídos à seus *stakeholders*, que são: empregados, governo, terceiros e acionistas. Para tanto, foram analisadas as demonstrações do período de 2008 a 2012 das empresas selecionadas. As análises evidenciaram que a maioria das empresas do setor gera mais de 90% de sua riqueza através de recursos próprios, e que o Governo é o *stakeholder* que fica com a maior parcela do valor agregado pelas empresas.

Palavras-chave: Demonstração do Valor Adicionado, DVA, *Stakeholders*, Comércio Varejista.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Modelo DVA	17
Quadro 2 - Indicadores para Análise da DVA.....	21

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Grau de Produção de Riqueza Própria	26
Tabela 2 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência	27
Tabela 3 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência – Springer S.A.	28
Tabela 4 - Valor Adicionado Destinado aos Empregados	29
Tabela 5 - Valor Adicionado Destinado ao Governo	30
Tabela 6 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração de Capital de Terceiros.....	31
Tabela 7 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio	33
Tabela 8 - Distribuição do Valor Adicionado.....	35

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - PIB Brasil 2012	23
Gráfico 2 - Grau de Produção de Riqueza Própria	26
Gráfico 3 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência.....	27
Gráfico 4 - Valor Adicionado Destinado aos Empregados	29
Gráfico 5 - Valor Adicionado Destinado ao Governo	30
Gráfico 6 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração de Capital de Terceiros	31
Gráfico 7 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio.....	33
Gráfico 8- Média das Origens das Riquezas	34
Gráfico 9 - Média da Distribuição do Valor Adicionado	35

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

COFINS - Contribuição para Financiamento da Seguridade Social

CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis

DVA – Demonstração do Valor Adicionado

FIPECAFI - Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras

GCRT - Grau de Contribuição para Riqueza de Terceiros

GPRP - Grau de Produção de Riqueza Própria

GRRT - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência

GVAR - Grau de Valor Adicionado Bruto em relação à Receita

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICMS – Imposto Sobre Circulação De Mercadorias E Serviços

IDV – Instituto para Desenvolvimento do Varejo

IPI – Imposto sobre Produtos Industrializados

JCP – Juros Sobre Capital Próprio

PDVAA - Percentual de Distribuição do Valor Adicionado aos Acionistas

PDVACP - Percentual De Distribuição Do Valor Adicionado Destinado À Remuneração De Capital Próprio

PDVACT - Percentual De Distribuição Do Valor Adicionado Destinado À Remuneração Do Capital De Terceiros

PDVAE - Percentual de Distribuição do Valor Adicionado aos Empregados

PDVAG - Percentual de Distribuição do Valor Adicionado ao Governo

PDVAIF - Percentual de Distribuição do Valor Adicionado às Instituições Financeiras.

PIB – Produto Interno Bruto

PIS – Programa de Integração Social

PNORT - Percentual de Receitas não operacionais no valor da receita total

PPDDRT - Percentual Da Constituição Ou Reversão Da Provisão Para Devedores Duvidosos No Valor Da Receita Total

PVRT - Percentual De Vendas No Valor Na Receita Total

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	15
RESUMO	16
LISTA DE QUADROS	17
LISTA DE TABELAS	18
LISTA DE GRÁFICOS.....	19
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS	20
1 INTRODUÇÃO	12
1.1 PROBLEMA DA PESQUISA	12
1.2 OBJETIVO GERAL.....	12
1.2.1 Objetivos Específicos	13
1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	13
1.4 ORGANIZAÇÃO DO CONTEÚDO	14
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1 CONCEITUAÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO	15
2.2 MEDIDAS DE DESEMPENHO OBTIDAS POR MEIO DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO.....	20
2.3 INDICADORES PARA ANÁLISE DA DVA.....	20
3 METODOLOGIA.....	22
3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA	22
3.2 O SETOR DE SERVIÇOS.....	22
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE EVIDÊNCIAS	23
4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS	25

4.1	APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE RECURSOS GERADOS PELAS EMPRESAS	25
4.1.1	Grau de Produção de Riqueza Própria (GPRP)	25
4.1.2	Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência (GRRT)	27
4.2	APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE RECURSOS DISTRIBUÍDOS PELAS EMPRESAS	28
4.2.1	Distribuição do Valor Adicionado	28
4.2.1.1	Valor Adicionado Total Distribuído aos Empregados	28
4.2.1.2	Valor Adicionado Destinado ao Governo	29
4.2.1.3	Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital de Terceiros	31
4.2.1.4	Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio	32
5	RESULTADOS	34
5.1	PRODUÇÃO DE RIQUEZA E RIQUEZA RECEBIDA EM TRANSFERÊNCIA	34
5.2	DISTRIBUIÇÃO DA RIQUEZA GERADA	34
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
	REFERÊNCIAS	37

1 INTRODUÇÃO

Este primeiro capítulo traz uma visão geral da importância da DVA para os gestores de empresas, bem como para a sociedade em que as mesmas estão inseridas. Como primeiro tópico, apresenta-se o problema da pesquisa, em seguida seus objetivos, justificativa do estudo e por fim como o trabalho está estruturado.

1.1 PROBLEMA DA PESQUISA

As questões sociais e ambientais têm se tornado mais relevantes na imagem das empresas, e muitas vezes é um diferencial que fortalece o reconhecimento da entidade perante a sociedade e seus investidores. Deste modo, a Lei 11.638/2007 tornou obrigatória a elaboração e publicação da DVA – Demonstração do Valor Adicionado às companhias de capital aberto para tornar pública a distribuição da riqueza gerada pela empresa aos seus *stakeholders*.

A DVA traz subsídios para uma visão diferente da empresa, uma visão social, que gera informações pertinentes à sociedade e não apenas aos *shareholders*. Deste modo, serão analisados e interpretados os indicadores relacionados ao valor gerado e distribuído aos *stakeholders* obtidos por meio da Demonstração de Valor Adicionado de empresas do ramo de Comércio Varejista que têm ações na BM&FBOVESPA.

1.2 OBJETIVO GERAL

O objetivo geral do trabalho consiste em acompanhar a evolução dos indicadores de valores gerados e distribuídos aos *stakeholders* obtidos por meio da Demonstração de Valor Adicionado de empresas de capital aberto do setor de comércio varejista.

1.2.1 Objetivos Específicos

- Mapear medidas de desempenho relacionadas aos valores gerados internamente por empresas do setor de comércio varejista no período de 2008-2012; e
- Mapear medidas de desempenho relacionadas aos valores distribuídos aos *stakeholders* por empresas do setor de comércio varejista no período de 2008-2012; e
- Analisar o comportamento dos indicadores de valores gerados e distribuídos ao longo do período analisado.

1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Como Ciência Social, a Contabilidade além de consolidar e divulgar informações econômicas das empresas tem como função fornecer informações sociais à sociedade usuária dessas informações.

Segundo Lopes de Sá (2007, p.01), os informes de natureza social e de natureza econômica diferem entre si pois também atendem a diferentes grupos de diferentes condições de vida. Ainda segundo o autor, a contabilidade social é o estudo do conhecimento do movimento circulatório de riquezas entre a célula social e a sociedade, onde procura trazer os aspectos de tal interação, mas sem esquecer-se da função da empresa frente à sociedade.

A Demonstração do Valor Adicionado, componente importante do Balanço Social, tornou-se obrigatória às empresas de capital aberto a partir de 2008. Essa obrigatoriedade busca suprir a necessidade de informações sociais, visto que os demais demonstrativos contábeis apresentam apenas informações de natureza econômica e financeira.

A DVA possibilita analisar como a riqueza gerada pela empresa foi distribuída entre seus *stakeholders*, que são eles: empregados, governo, fornecedores e acionistas.

A análise da DVA através de índices facilita a visualização dessa distribuição da riqueza. Segundo Silva (2001, p.228) os índices financeiros têm por objetivo nos fornecer informações que não são fáceis de serem visualizadas e analisadas nas demonstrações financeiras. Sendo assim, analisando as empresas do setor de comércio varejista através dos índices, espera-se entender qual a contribuição do setor para seus *stakeholders*.

1.4 ORGANIZAÇÃO DO CONTEÚDO

Este estudo está dividido em cinco capítulos. O presente capítulo, que traz uma breve e sintética introdução através do problema da pesquisa, seus objetivos, justificativa e apresentação da estrutura do trabalho. O segundo capítulo apresenta a fundamentação teórica da DVA, sua estrutura, utilização e os indicadores que facilitam sua análise. No terceiro capítulo é abordada a metodologia da pesquisa, percorrendo brevemente sobre o setor estudado, a fonte dos dados e o método utilizado para a coleta dos mesmos, e são então apresentadas às empresas analisadas. O quarto capítulo traz a análise e interpretação dos dados obtidos através dos indicadores. E por fim, no quinto e último capítulo, são apresentadas as conclusões do estudo e possíveis contribuições que o estudo pode trazer para a sociedade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 CONCEITUAÇÃO DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO

A informação do valor adicionado é de grande relevância, pois torna possível o conhecimento da geração e distribuição de riqueza para a empresa e para a sociedade onde a mesma está inserida. O valor adicionado, ou valor agregado, é medido pela diferença entre o valor das vendas e o custo dos insumos adquiridos de terceiros. Segundo o Pronunciamento Técnico CPC 09 (p. 03), “inclui também o valor adicionado recebido em transferência, ou seja, produzido por terceiros e transferido à entidade”.

Para Gallizo (1990), o conceito de valor adicionado pode ser delimitado no âmbito de uma informação econômico-financeira de natureza histórica, que evidencia a circulação real do patrimônio e mostra o valor econômico que foi gerado por uma entidade durante certo período de tempo e, simultaneamente, como este valor foi distribuído entre aqueles que contribuíram para a sua criação.

Na perspectiva contábil, o conceito de valor adicionado, é a diferença existente entre o valor das vendas e o valor das compras de bens, mercadorias e serviços intermediários. Já na esfera social, parte-se do raciocínio que toda empresa busca no mercado determinados bens e serviços para realizar suas atividades. Para esta realização, ela se utiliza de equipamentos, capitais, e o trabalho de seus assalariados para gerar bens e serviços que serão vendidos. A empresa se coloca entre dois mercados e agrega valor pela operação de transformação (TINOCO, 2008).

A Demonstração do Valor Adicionado (DVA) tornou-se obrigatória às companhias brasileiras de capital aberto pela Lei 11.638/07 através da inclusão do inciso V ao art. 176 da Lei 6.404/76. Tal mudança ocorre devido às transformações socioeconômicas que vem ocorrendo, e que deram origem a diferentes tipos de usuários das informações econômico-financeiras.

A DVA, que está estreitamente ligada ao conceito de responsabilidade social, tem por objetivo apresentar a parcela de contribuição que a entidade tem na formação do Produto Interno Bruto (PIB), além de evidenciar aos usuários a riqueza gerada pela

empresa em determinado período, e a distribuição da mesma aos *stakeholders*. Segundo a CPC 09, existem diferenças temporais entre o modelo contábil e econômico no cálculo do valor adicionado:

A ciência econômica, para cálculo do PIB, baseia-se na produção, enquanto a contabilidade utiliza o conceito contábil da realização da receita, isto é, baseia-se no regime contábil de competência. Como os momentos de realização da produção e das vendas são normalmente diferentes, os valores calculados para o PIB por meio dos conceitos oriundos da Economia e os da Contabilidade são naturalmente diferentes em cada período. Essas diferenças serão tanto menores quanto menores forem as diferenças entre os estoques inicial e final para o período considerado. Em outras palavras, admitindo-se a inexistência de estoques inicial e final, os valores encontrados com a utilização de conceitos econômicos e contábeis convergirão. (CPC 09)

Assim como as demais Demonstrações Contábeis, a DVA deve ser apresentada ao final de cada exercício social, e suas informações são extraídas das escriturações contábeis, trazendo, porém, uma visão diferente das habituais demonstrações contábeis.

Segundo Luca (1998, p. 32), a Demonstração do Resultado, por exemplo, está voltada para um determinado tipo de usuário: o proprietário da empresa, e avalia a parte da riqueza criada pela empresa (valor adicionado) que se destina à ele. E para o proprietário, os salários, juros, impostos e etc., são tratados como despesas, pois representam reduções de seu lucro. A DVA vem evidenciar a quem pertence o restante da riqueza gerada pela empresa.

Segundo a CPC 09 (p. 02), a distribuição da riqueza criada deve ser detalhada, minimamente, da seguinte forma: Pessoal e encargos; Impostos, taxas e contribuições; Juros e aluguéis; Juros sobre o capital próprio (JCP) e dividendos; e Lucros retidos/prejuízos do exercício

Ainda conforme a CPC 09 (p. 02), o cálculo do valor adicionado e a distribuição entre os fatores de produção que contribuem para sua geração, possuem dois modelos: um para empresas em geral, e outro para instituições financeiras. Como o estudo em questão é focado em empresas do setor de comércio varejista, será evidenciado o modelo a ser adotado pelas empresas em geral.

A DVA, como pode ser apresentada no modelo do Quadro 1, é subdividida em duas partes: a primeira apresenta a geração do valor adicionado através do valor das vendas, antes da dedução de ICMS e IPI, deduzidas dos insumos adquiridos para produção; e a segunda parte mostra a distribuição desse valor aos envolvidos.

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO	
DESCRIÇÃO	R\$ Mil
1 – RECEITAS	
1.1) Vendas de mercadorias, produtos e serviços	
1.2) Outras receitas	
1.3) Receitas relativas à construção de ativos próprios	
1.4) Provisão para créditos de liquidação duvidosa – Reversão / (Constituição)	
2 - INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS	
(inclui os valores dos impostos – ICMS, IPI, PIS e COFINS)	
2.1) Custos dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos	
2.2) Materiais, energia, serviços de terceiros e outros	
2.3) Perda / Recuperação de valores ativos	
2.4) Outras (especificar)	
3 - VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)	
4 - DEPRECIAÇÃO, AMORTIZAÇÃO E EXAUSTÃO	
5 - VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)	
6 - VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA	
6.1) Resultado de equivalência patrimonial	
6.2) Receitas financeiras	
6.3) Outras	
7 - VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)	
8 - DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO (*)	
8.1) Pessoal	
8.1.1 – Remuneração direta	
8.1.2 – Benefícios	
8.1.3 – F.G.T.S	
8.2) Impostos, taxas e contribuições	
8.2.1 – Federais	
8.2.2 – Estaduais	
8.2.3 – Municipais	
8.3) Remuneração de capitais de terceiros	
8.3.1 – Juros	
8.3.2 – Aluguéis	
8.3.3 – Outras	
8.4) Remuneração de Capitais Próprios	
8.4.1 – Juros sobre o Capital Próprio	
8.4.2 – Dividendos	
8.4.3 – Lucros retidos / Prejuízo do exercício	
8.4.4 – Participação dos não-controladores nos lucros retidos (só p/ consolidação)	
(*) O total do item 8 deve ser exatamente igual ao item 7.	

Quadro 1- Modelo DVA

Fonte: Comitê de Pronunciamentos Contábeis

A interpretação da DVA, de acordo com a CPC 09, deve ser feita da seguinte forma:

- **Receitas:** Venda de mercadorias, produtos e serviços, incluindo os valores dos tributos incidentes sobre essas receitas (por exemplo, ICMS, IPI, PIS e COFINS), ou seja, corresponde ao ingresso bruto ou faturamento bruto, sem a dedução dos impostos. Outras receitas: da mesma forma que o item anterior, não deduz os impostos incidentes sobre estas receitas. Provisão para créditos de liquidação duvidosa – Constituição/Reversão - inclui os valores relativos à constituição e reversão dessa provisão.
- **Insumos adquiridos de terceiros:** Custo dos produtos, das mercadorias e dos serviços vendidos: é composto por valores de aquisição das matérias-primas junto a terceiros, contidas no custo do produto vendido, das mercadorias e dos serviços vendidos adquiridos de terceiros; não inclui gastos com pessoal próprio.

Materiais, energia, serviços de terceiros e outros: são os valores relativos às despesas ocasionadas pela utilização desses bens, utilidades e serviços adquiridos junto a terceiros. Nos valores dos custos dos produtos e mercadorias vendidos, materiais, serviços, energia etc. consumidos, devem ser considerados os tributos incluídos no momento das compras (por exemplo, ICMS, IPI, PIS e COFINS), recuperáveis ou não. Esse procedimento é diferente das práticas utilizadas na demonstração do resultado.

Perda e recuperação de valores ativos - inclui valores relativos a ajustes por avaliação a valor de mercado de estoques, imobilizados, investimentos, etc. Também devem ser incluídos os valores reconhecidos no resultado do período, tanto na constituição quanto na reversão de provisão para perdas por desvalorização de ativos, conforme aplicação do CPC 01 – Redução ao Valor Recuperável de Ativos (se no período o valor líquido for positivo, deve ser somado).

Depreciação, amortização e exaustão - inclui a despesa ou o custo contabilizados no período.

- **Valor adicionado recebido em transferência:** Resultado de equivalência patrimonial - pode representar receita ou despesa; se despesa, deve ser considerado como redução ou valor negativo.

Receitas financeiras - inclui todas as receitas financeiras, inclusive as variações cambiais ativas, independentemente de sua origem.

Outras receitas - inclui os dividendos relativos a investimentos avaliados ao custo, aluguéis, direitos de franquia, etc.

Conforme explica Luca (1998, p. 33), o valor adicionado da atividade produtiva é obtido pela diferença entre a Receita de Vendas (ou produção) e os Materiais e Serviços Adquiridos de Terceiros (consumo intermediário). Já o valor adicionado total dos negócios, representa a soma do valor adicionado da atividade produtiva e dos ganhos obtidos pelas aplicações de recursos que geraram riqueza em outra empresa ou atividade.

Ainda segundo Luca (1998, p.34), a DVA além de atender a um número maior de usuários, tem a vantagem de ser facilmente interpretada e analisada. Destacam-se as análises vertical e horizontal que indicam a participação de cada elemento na formação do valor adicionado e das relações evolutivas do valor adicionado e seus componentes ao longo de sucessivos exercícios sociais. O CPC 09 destaca ainda, que:

Para os investidores e outros usuários, essa demonstração proporciona o conhecimento de informações de natureza econômica e social e oferece a possibilidade de melhor avaliação das atividades da entidade dentro da sociedade na qual está inserida. A decisão de recebimento por uma comunidade (Município, Estado e a própria Federação) de investimento pode ter nessa demonstração um instrumento de extrema utilidade e com informações que, por exemplo, a demonstração de resultados por si só não é capaz de oferecer. (Comitê De Pronunciamentos Contábeis - Pronunciamento Técnico CPC 09, p. 04)

Como visto anteriormente, através da elaboração da DVA, informações relevantes sobre a geração de riqueza pela empresa são evidenciadas, possibilitando que sejam feitas análises financeira/contábeis sobre a relação da entidade com agentes externos e internos.

Segundo Bentley (1981), a DVA permite avaliar o desempenho da companhia e propicia ferramentas para a tomada de decisão baseada em critérios eficazes de

desempenho. Para Cosenza *et al.* (2002), o valor adicionado é importante pois traduz a intervenção da empresa no processo econômico seqüencial e permite a obtenção de informações sobre a geração e a distribuição de renda. No âmbito macroeconômico, é igualmente importante como gerador de elementos para medir a produção nacional, bem como calcular e analisar a produção e a riqueza de uma economia.

Kroetz e Consenza (2004), afirmam que a DVA serve de base para empregados e sindicatos na hora de negociações salariais, permitindo a comparação entre empresas do mesmo segmento. Na esfera governamental, possibilita a análise da carga tributária por setores ou atividades, avaliando quais categorias contribuem mais na geração da receita tributária. Já para os credores da entidade, a DVA evidencia a saúde da empresa e a sua evolução na geração de riqueza.

2.2 MEDIDAS DE DESEMPENHO OBTIDAS POR MEIO DA DEMONSTRAÇÃO DE VALOR ADICIONADO

Os indicadores obtidos através da Demonstração de Valor Adicionado fornecem uma visão mais ampla da DVA, facilitando sua análise e entendimento da contribuição da companhia para com seus *stakeholders*.

Os índices são calculados através da relação entre contas ou grupo de contas das Demonstrações Financeiras. Segundo Matarazzo (2003, p. 147), os índices visam evidenciar determinados aspectos da situação econômica ou financeira de uma empresa. Os índices econômico-financeiros são um retrato da situação da empresa em determinado período, e não apenas um dado matemático. Para ter valor, é importante que os indicadores sejam corretamente interpretados, caso contrário, não passam de dados estatísticos. Como afirma Marion (1998, p.455), apreciar percentuais ou relações entre contas, é mais significativo do que analisar apenas montantes.

2.3 INDICADORES PARA ANÁLISE DA DVA

Abaixo estão listados os indicadores sugeridos pela FIPECAFI para análise da DVA. Os dados são extraídos da própria DVA, e possibilita a percepção de qual dos beneficiários, entre eles: empregados, governo, terceiros e acionistas; que ficaram com a maior fatia da riqueza gerada pela empresa.

SUGESTÃO DE INDICADORES PARA ANÁLISE DO DVA		
Indicador	Fórmula	Conceito
Percentual de Vendas no valor na Receita Total	$PVRT = (Vendas / Receitas) \times 100$	Mede o Percentual de participação das vendas no valor da Receita total da empresa
Percentual da Constituição ou Reversão da Provisão para Devedores Duvidosos no valor da Receita Total	$PPDDRT = (CPDD / Receitas) \times 100$	Mede o Percentual de participação da constituição ou reversão da provisão para devedores duvidosos no valor total da receita da empresa
Percentual de Receitas não operacionais no valor da receita total	$PNORT = (RNO/Receitas) \times 100$	Mede o percentual de participação das Receitas Não Operacionais no valor da Receita Total.
Grau de Valor Adicionado Bruto em relação à Receita	$GVAR = (VAB/Receitas) \times 100$	Mede o quanto da Receita Total a empresa consegue agregar como Valor Adicionado Bruto
Grau de Contribuição para Riqueza de Terceiros	$GCRT = ((Ins + Ret) / RT)) \times 100$	Indica o quanto da Receita Total a empresa destina a pagamento de terceiros
Grau de Produção de Riqueza Própria	$GPRP = (VALPE / VATD) \times 100$	Mede o quanto do Valor Adicionado TOTAL a Distribuir é proveniente da produção da empresa
Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência	$GRRT = (VART / VATD) \times 100$	Mede quanto do Valor Adicionado Total a Distribuir é proveniente do recebimento de terceiros.
Percentual de Distribuição do Valor Adicionado aos Empregados	$PDVAE = (DVAE/VATD) \times 100$	Avalia o percentual do Valor Adicionado Total a Distribuir que foi destinado aos empregados.
Percentual de Distribuição do Valor Adicionado ao Governo	$PDVAG = (DVAG / VATD) \times 100$	Avalia o percentual do Valor Adicionado Total a Distribuir que foi destinado ao Governo.
Percentual de Distribuição do Valor Adicionado aos Acionistas	$PDVAA = (DVAA / VATD) \times 100$	Avalia o percentual do Valor Adicionado Total a Distribuir que foi destinado aos acionistas.
Percentual de Distribuição do Valor Adicionado às Instituições Financeiras	$PDVAIF = (DVAIF / VATD) \times 100$	Avalia o percentual do Valor Adicionado Total a Distribuir que foi destinado às Instituições Financeiras.
Percentual de Retenção do Valor Adicionado	$PDVA = (LR / VATD) \times 100$	Mede o percentual do Valor Adicionado Total a Distribuir que foi retido pela empresa.

Quadro 2 - Indicadores para Análise da DVA

Fonte: FIPECAFI

3 METODOLOGIA

3.1 TIPOLOGIA DA PESQUISA

A pesquisa realizada é de caráter exploratório, pois buscou maior entendimento e análise sobre a riqueza gerada pelo setor de comércio varejista. O estudo exploratório, segundo Beuren (2004, p.80) busca conhecer o assunto com maior profundidade de modo a torná-lo mais claro.

Quanto aos procedimentos da pesquisa, o presente estudo é caracterizado como Estudo de Caso. De acordo com Beuren (2009), “os procedimentos na pesquisa científica referem-se à maneira pela qual se conduz o estudo e, portanto, se obtém os dados”.

Yin (2001) afirma que: “os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo “como” e “porque”, quando o pesquisador tem pouco controle sobre os eventos e quando o foco se encontra em fenômenos contemporâneos inseridos em algum contexto da vida real”.

3.2 O SETOR DE SERVIÇOS

O setor de serviços, também conhecido como setor terciário, teve um crescimento de 1,7% no ano de 2012 segundo dados do IBGE. Além da prestação de serviços, o setor terciário envolve a comercialização de produtos em geral que pode acontecer no comércio atacadista ou varejista. Foi o desempenho do varejo, acompanhado pelo consumo das famílias (que inclui serviços), que contribuiu fortemente para manter o PIB positivo no ano de 2012.

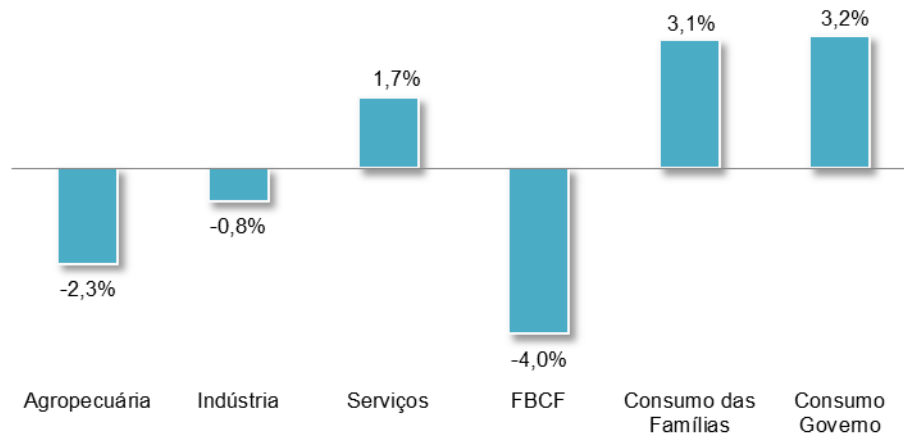


Gráfico 1 - PIB Brasil 2012
Fonte: IBGE

O crescimento da massa salarial aliada à expansão de crédito ao consumo são determinantes para o desempenho do varejo e têm mantido o crescimento das vendas no comércio varejista de bens no país. De acordo com o Portal Brasil, o comércio varejista brasileiro é formado por mais de 1,4 milhão de empresas que somam entre si receitas de aproximadamente R\$ 1,6 trilhão. Além disso, segundo o IDV – Instituto para Desenvolvimento do Varejo, o setor é o maior gerador de empregos formais no País.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE EVIDÊNCIAS

Para este estudo, foram analisadas as empresas listadas na BM&FBOVESPA, do Setor de consumo cíclico, subsetor de comércio e segmentos de eletrodomésticos, produtos diversos e tecidos, vestuário e calçados.

O período de análise vai do ano de 2008 a 2012, entretanto, das 14 empresas analisadas, apenas quatro apresentaram DVA no ano de 2008 visto que foi o primeiro ano da nova lei em vigor, e a mesma permitiu que as empresas que não vinham publicando voluntariamente a DVA, não indicassem valores no primeiro exercício social.

As empresas analisadas foram as listadas a seguir:

Eletrodomésticos:

- Magazine Luiza S.A.
- Springer S.A.
- Via Varejo S.A.
- Whirlpool S.A.

Produtos Diversos:

- B2W – Companhia Digital
- Hypermarcas S.A.
- Lojas Americanas S.A.

Tecidos, Vestuário e Calçados:

- Arezzo Indústria e Comércio S.A.
- Grazziotin S.A.
- Guararapes Confecções S.A.
- Lojas Hering S.A.
- Lojas Renner S.A.
- Marisa Lojas S.A.
- Restoque Comércio e Confecções de Roupas S.A.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Por meio das informações disponíveis no site da BM&FBOVESPA pode-se analisar a riqueza gerada pelas empresas em estudo no período de 2008 a 2012, e a forma com que essa riqueza foi distribuída à seus *stakeholders*.

A seguir são calculados e interpretados todos os indicadores de análise da DVA. Primeiramente são analisados os índices de geração de riqueza e depois a forma com que a riqueza foi distribuída. A análise é feita a princípio por empresa, e depois são consolidados os dados do setor.

Os indicadores utilizados foram os sugeridos pelo FIPECAFI, exceto pelos indicadores de Percentual de Distribuição do Valor Adicionado aos Acionistas e Percentual de Distribuição do Valor Adicionado às Instituições Financeiras, que foram substituídos pelos indicadores: percentual de distribuição do valor adicionado destinado à remuneração de capital próprio (PDVACP) e percentual de distribuição do valor adicionado destinado à remuneração do capital de terceiros (PDVACT), respectivamente.

4.1 APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE RECURSOS GERADOS PELAS EMPRESAS

4.1.1 Grau de Produção de Riqueza Própria (GPRP)

O Grau de Produção de Riqueza Própria (GPRP) indica o percentual de riqueza proveniente da produção própria da empresa, ou seja, é a soma das receitas de venda de mercadorias, produtos e serviços, deduzidas dos insumos adquiridos de terceiros, retenções e alguma eventual perda/recuperação de ativo.

Companhia	Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
Lojas Renner S.A.	GPRP	97,7%	98,5%	97,2%	97,5%	97,7%	0,0%
Lojas Hering S.A.	GPRP	97,2%	97,5%	98,8%	95,5%	97,2%	0,0%
Guararapes Confecções S.A.	GPRP	96,0%	97,3%	97,4%	96,5%	93,0%	0,0%
Via Varejo S.A.	GPRP	97,0%	97,1%	95,3%	97,9%	96,7%	98,0%
Magazine Luiza S.A.	GPRP	96,4%	97,1%	97,2%	97,0%	95,3%	95,2%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	GPRP	96,8%	92,7%	97,7%	98,8%	98,0%	96,6%
Marisa Lojas S.A.	GPRP	92,9%	96,2%	84,9%	95,9%	94,8%	0,0%
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	GPRP	92,5%	96,1%	91,8%	94,1%	87,8%	0,0%
Hypermarcas S.A.	GPRP	89,2%	87,7%	85,0%	89,6%	94,6%	0,0%
Lojas Americanas S.A.	GPRP	87,8%	87,6%	85,9%	89,3%	88,2%	0,0%
Grazziotin S.A.	GPRP	87,5%	87,3%	84,9%	86,2%	91,5%	0,0%
Whirlpool S.A.	GPRP	85,5%	86,4%	81,8%	88,5%	85,5%	0,0%
B2W - Companhia Digital	GPRP	75,0%	68,5%	68,4%	82,3%	80,7%	0,0%
Springer S.A.	GPRP	60,1%	59,0%	32,3%	68,1%	79,5%	61,5%
Média das Empresas	GPRP	89,4%	89,2%	85,6%	91,2%	91,5%	25,1%

Tabela 1- Grau de Produção de Riqueza Própria

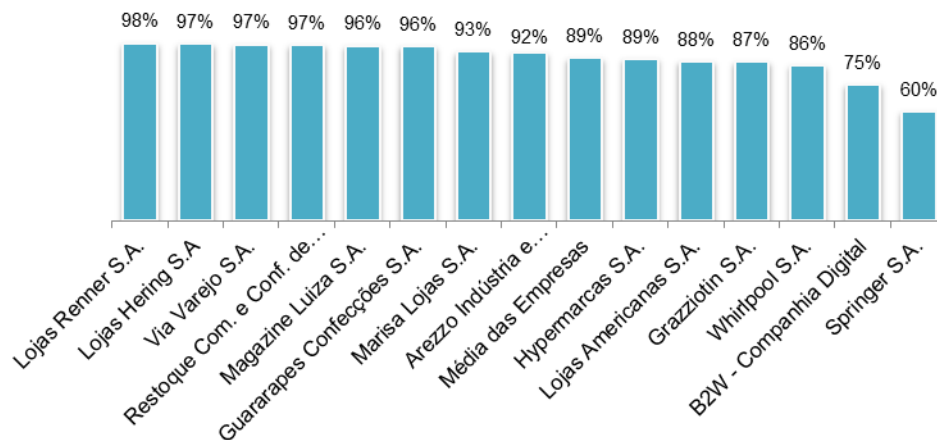


Gráfico 2 - Grau de Produção de Riqueza Própria

A empresa que manteve o melhor indicador no decorrer dos anos foi a Lojas Renner S.A. acumulando uma média de 97,7%, e a com desempenho inferior foi a Springer S.A., com 60,1% no período. Em média, no período analisado, 89,4% da riqueza gerada pelas empresas foi proveniente de produção própria.

4.1.2 Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência (GRRT)

Esse indicador evidencia quanto do Valor Adicionado Total é recebido em transferência, representando a riqueza que não foi criada pela própria empresa, e sim por terceiros, como por exemplo: receita financeira, equivalência patrimonial, dividendos, aluguel, royalties e etc.

Companhia	Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
Lojas Renner S.A.	GRRT	2,3%	1,5%	2,8%	2,5%	2,3%	0,0%
Lojas Hering S.A	GRRT	2,8%	2,5%	1,2%	4,5%	2,8%	0,0%
Guararapes Confecções S.A.	GRRT	4,0%	2,7%	2,6%	3,5%	7,0%	0,0%
Via Varejo S.A.	GRRT	3,0%	2,9%	4,7%	2,1%	3,3%	2,0%
Magazine Luiza S.A.	GRRT	3,6%	2,9%	2,8%	3,0%	4,7%	4,8%
Marisa Lojas S.A.	GRRT	7,1%	3,8%	15,1%	4,1%	5,2%	0,0%
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	GRRT	7,5%	3,9%	8,2%	5,9%	12,2%	0,0%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	GRRT	3,2%	7,3%	2,3%	1,2%	2,0%	3,4%
Hypermarcas S.A.	GRRT	10,8%	12,3%	15,0%	10,4%	5,4%	0,0%
Lojas Americanas S.A.	GRRT	12,2%	12,4%	14,1%	10,7%	11,8%	0,0%
Grazziotin S.A.	GRRT	12,5%	12,7%	15,1%	13,8%	8,5%	0,0%
Whirlpool S.A.	GRRT	14,5%	13,6%	18,2%	11,5%	14,5%	0,0%
B2W - Companhia Digital	GRRT	25,0%	31,5%	31,6%	17,7%	19,3%	0,0%
Springer S.A.	GRRT	39,9%	41,0%	67,7%	31,9%	20,5%	38,5%
Média das Empresas	GRRT	10,6%	10,8%	14,4%	8,8%	8,5%	3,5%

Tabela 2 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência

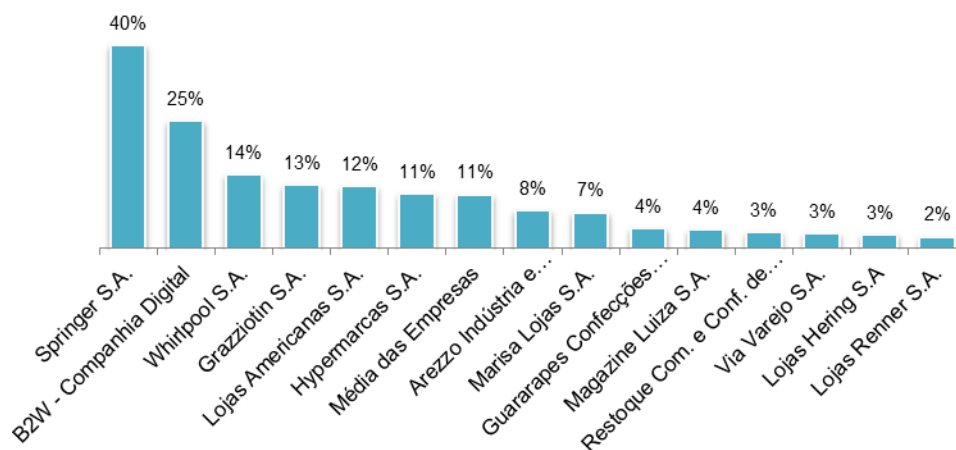


Gráfico 3 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência

Em consequência do baixo grau de geração de riqueza própria, a Springer S.A., apresenta o maior indicador de GRRT. Boa parte do valor recebido de terceiros pela Springer, é proveniente de Receitas Financeiras, e o restante não foi possível especificar, uma vez que está classificado como Outros.

Springer S.A.		2012	2011	2010	2009	2008
7.06	Valor Adicionado Recebido em Transferência	20.636	79.517	15.405	7.785	18.395
7.06.01	Resultado de Equivalência Patrimonial	1.352	2.335	1.640	1.239	1.703
7.06.02	Receitas Financeiras	9.106	6.135	2.068	3.966	3.401
7.06.03	Outros	10.178	71.047	11.697	2.580	13.291

Tabela 3 - Grau de Recebimento de Riqueza por Transferência – Springer S.A.

4.2 APRESENTAÇÃO DOS INDICADORES DE RECURSOS DISTRIBUÍDOS PELAS EMPRESAS

4.2.1 Distribuição do Valor Adicionado

A possibilidade de analisar a distribuição da riqueza gerada pela empresa à seus *stakeholders* é uma das grandes vantagens da DVA.

Os indicadores refletem claramente qual o *stakeholder* que ficou com a maior fatia da riqueza gerada pela companhia no exercício.

4.2.1.1 Valor Adicionado Total Distribuído aos Empregados

Dentre as empresas em análise, a que distribuiu maior percentual da riqueza aos empregados em 2012 foi a Via Varejo S.A. com 48,5%, e a que distribuiu a menor fatia foi a Lojas Hering S.A. com 7,2%. Entretanto a companhia com a maior média no período é a Magazine Luíza S.A. com 39,9%.

Companhia	Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
Via Varejo S.A.	PDVAE	36,6%	48,5%	51,8%	30,3%	31,9%	20,4%
Springer S.A.	PDVAE	35,3%	47,5%	18,3%	31,3%	42,0%	37,6%
Hypermarcas S.A.	PDVAE	35,1%	42,8%	39,3%	32,1%	26,1%	0,0%
Magazine Luiza S.A.	PDVAE	39,9%	41,8%	39,7%	31,9%	43,9%	42,3%
Whirlpool S.A.	PDVAE	30,3%	39,6%	35,6%	24,1%	21,9%	0,0%
Guararapes Confeções S.A.	PDVAE	37,1%	37,1%	37,3%	34,6%	39,4%	0,0%
B2W - Companhia Digital	PDVAE	17,9%	30,8%	19,0%	11,5%	10,1%	0,0%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	PDVAE	27,9%	26,3%	24,0%	25,9%	30,6%	32,9%
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	PDVAE	26,9%	25,9%	24,4%	28,0%	29,1%	0,0%
Grazziotin S.A.	PDVAE	27,5%	25,9%	26,1%	30,2%	27,6%	0,0%
Marisa Lojas S.A.	PDVAE	22,4%	23,5%	21,7%	21,8%	22,5%	0,0%
Lojas Renner S.A.	PDVAE	22,6%	22,9%	21,7%	21,8%	24,0%	0,0%
Lojas Americanas S.A.	PDVAE	14,6%	16,7%	14,5%	13,6%	13,7%	0,0%
Lojas Hering S.A	PDVAE	8,2%	7,2%	4,6%	13,8%	7,1%	0,0%
Média das Empresas	PDVAE	27,3%	31,2%	27,0%	25,1%	26,4%	9,5%

Tabela 4 - Valor Adicionado Destinado aos Empregados

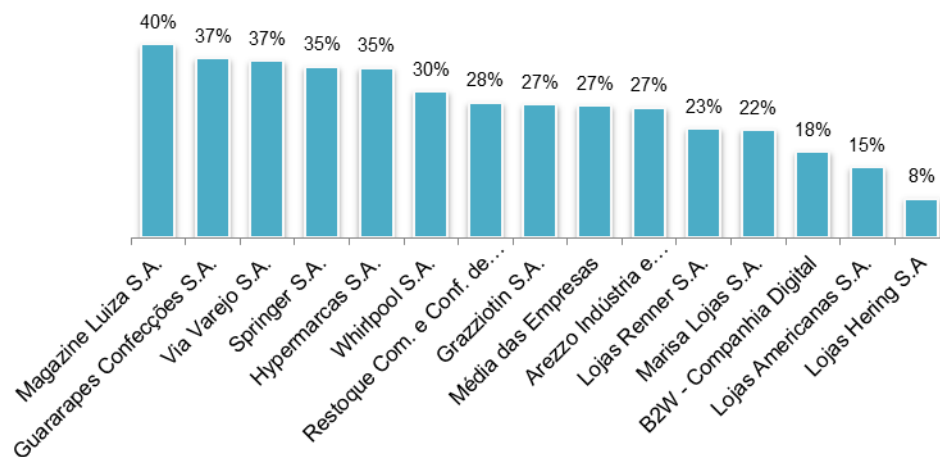


Gráfico 4 - Valor Adicionado Destinado aos Empregados

4.2.1.2 Valor Adicionado Destinado ao Governo

O Governo, através da arrecadação de tributos federais, estaduais e municipais, é o *stakeholder* que fica com a maior parcela da riqueza gerada pelas empresas.

Companhia	Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
Lojas Renner S.A.	PDVAG	48,9%	47,7%	48,3%	49,8%	49,9%	0,0%
Springer S.A.	PDVAG	47,9%	49,3%	37,5%	53,3%	49,7%	49,6%
Via Varejo S.A.	PDVAG	46,9%	23,6%	21,0%	44,4%	77,3%	68,4%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	PDVAG	46,8%	44,8%	48,4%	51,3%	48,7%	40,9%
Marisa Lojas S.A.	PDVAG	42,7%	43,2%	38,2%	44,8%	44,5%	0,0%
Grazziotin S.A.	PDVAG	41,9%	44,3%	40,6%	36,4%	46,2%	0,0%
Magazine Luiza S.A.	PDVAG	38,7%	36,3%	38,9%	45,2%	33,4%	39,7%
Whirlpool S.A.	PDVAG	36,7%	23,7%	31,4%	44,2%	47,6%	0,0%
Guararapes Confeções S.A.	PDVAG	36,5%	36,5%	35,2%	36,9%	37,5%	0,0%
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	PDVAG	33,8%	37,8%	34,6%	34,0%	28,9%	0,0%
Lojas Americanas S.A.	PDVAG	33,5%	30,8%	32,9%	33,4%	37,0%	0,0%
Lojas Hering S.A.	PDVAG	25,0%	31,5%	30,2%	23,4%	14,9%	0,0%
Hypermarcas S.A.	PDVAG	19,0%	4,2%	11,9%	23,6%	36,4%	0,0%
B2W - Companhia Digital	PDVAG	7,5%	-6,8%	3,8%	12,4%	20,5%	0,0%
Média das Empresas	PDVAG	36,1%	31,9%	32,4%	38,1%	40,9%	49,6%

Tabela 5 - Valor Adicionado Destinado ao Governo

Entretanto, podemos notar que algumas das empresas listadas tiveram uma redução significativa desse percentual nos anos de 2011 e 2012. Essa redução foi causada pela desoneração fiscal lançada pelo governo para produtos duráveis, incluindo eletrodomésticos.

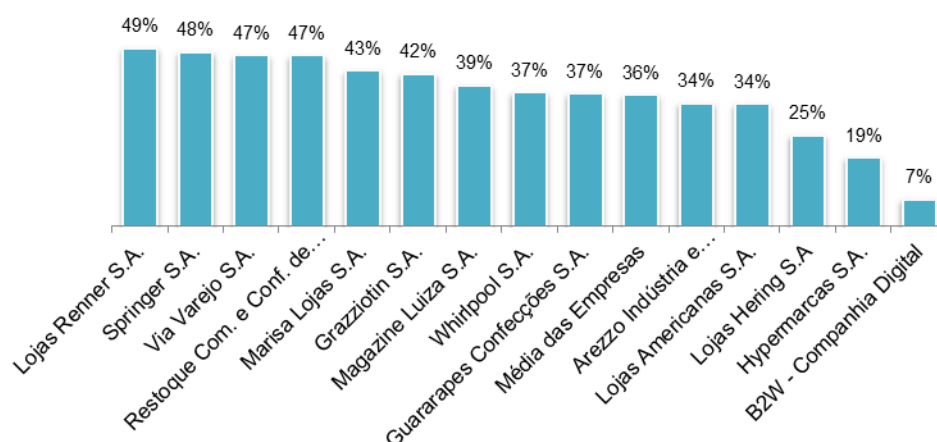


Gráfico 5 - Valor Adicionado Destinado ao Governo

4.2.1.3 Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital de Terceiros

A remuneração de capital de terceiros é o dinheiro destinado ao pagamento de juros, aluguéis, variações cambiais, etc.. A empresa B2W foi desconsiderada na média por apresentar valores negativos, gerando distorção nos resultados. Os valores negativos aparecem quando o valor adicionado criado pela empresa não foi suficiente para cobrir a riqueza distribuída.

Companhia	Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
Lojas Americanas S.A.	PDVACT	42,0%	42,2%	43,0%	41,8%	40,9%	0,0%
Lojas Hering S.A	PDVACT	39,9%	18,8%	13,0%	57,1%	70,8%	0,0%
Hypermarcas S.A.	PDVACT	31,1%	40,7%	51,9%	25,8%	6,0%	0,0%
Magazine Luiza S.A.	PDVACT	25,2%	22,2%	20,8%	18,6%	35,4%	29,1%
Via Varejo S.A.	PDVACT	21,8%	22,8%	25,5%	28,2%	21,5%	11,3%
Marisa Lojas S.A.	PDVACT	19,3%	17,9%	27,8%	14,5%	17,2%	0,0%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	PDVACT	18,0%	26,8%	18,8%	10,8%	17,5%	15,9%
Whirlpool S.A.	PDVACT	17,3%	16,9%	20,8%	13,9%	17,7%	0,0%
Springer S.A.	PDVACT	14,9%	11,8%	5,7%	11,3%	23,6%	21,9%
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	PDVACT	11,0%	10,6%	8,7%	10,4%	14,4%	0,0%
Lojas Renner S.A.	PDVACT	10,9%	13,0%	11,5%	8,7%	10,5%	0,0%
Grazziotin S.A.	PDVACT	10,1%	11,0%	13,1%	9,1%	7,2%	0,0%
Guararapes Confecções S.A.	PDVACT	7,0%	7,6%	6,8%	7,9%	5,6%	0,0%
B2W—Companhia Digital	PDVACT	-6,4%	-26,1%	-12,8%	4,6%	8,5%	0,0%
Média das Empresas	PDVACT	20,7%	20,2%	20,6%	18,8%	21,2%	19,6%

Tabela 6 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração de Capital de Terceiros

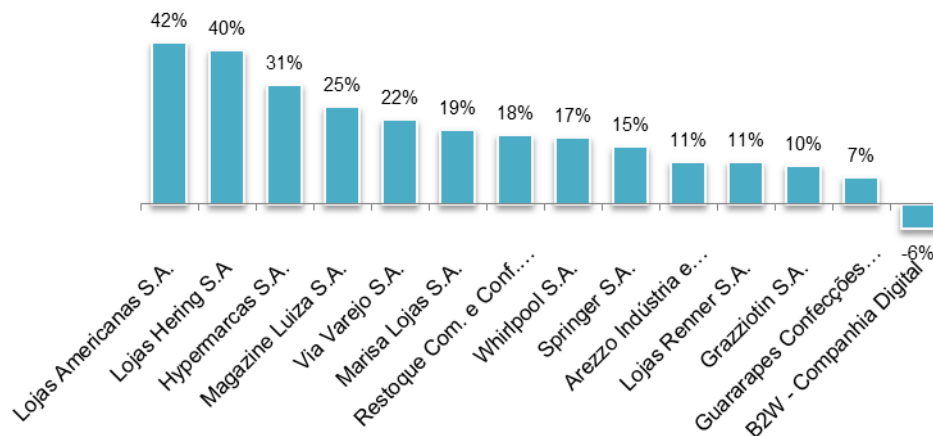


Gráfico 6 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração de Capital de Terceiros

Pode-se analisar que em média, 20,7% do valor adicionado gerado pelas empresas do setor, são destinados à remuneração de capital de terceiros.

A empresa que apresenta o maior percentual é a Lojas Americanas que, em média, destinou 42% do seu valor adicionado à capital de terceiros sendo 77% deste valor para pagamento de juros bancários.

4.2.1.4 Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio

Os valores destinados à remuneração de capital próprio são relativos à remuneração atribuída aos sócios e acionistas que podem ocorrer na forma de juros sobre o capital próprio (JCP) ou dividendos. Também são considerados lucros/prejuízos acumulados e participação dos não controladores nos lucros retidos.

A Arezzo é a empresa que na média dos últimos anos “reteve” na companhia maior parte do valor adicionado gerado, seja ele como lucro retido ou remuneração dos acionistas. Entretanto, a Lojas Hering foi a que apresentou maior percentual nos últimos dois anos, chegando a ter como lucro retido 52,2% do valor gerado. Na análise deste índice foram desconsideradas, para cálculo de médias, as empresas que apresentam valor negativo, pois elas gerariam distorções nos resultados.

Companhia	Indicador	Média do	2012	2011	2010	2009	2008
		Período					
Arezzo Indústria e Comércio S.A.	PDVACP	27,9%	25,6%	30,8%	27,7%	27,5%	0,0%
Lojas Hering S.A.	PDVACP	26,9%	42,5%	52,2%	5,7%	7,3%	0,0%
Graziotin S.A.	PDVACP	20,6%	18,8%	20,2%	24,3%	19,0%	0,0%
Guararapes Confecções S.A.	PDVACP	19,4%	18,8%	20,7%	20,6%	17,4%	0,0%
Lojas Renner S.A.	PDVACP	17,6%	16,5%	18,6%	19,7%	15,6%	0,0%
Whirlpool S.A.	PDVACP	15,7%	19,8%	12,1%	17,8%	12,8%	0,0%
Marisa Lojas S.A.	PDVACP	15,6%	15,3%	12,3%	18,9%	15,8%	0,0%
Hypermarcas S.A.	PDVACP	14,8%	12,3%	-3,1%	18,5%	31,5%	0,0%
Lojas Americanas S.A.	PDVACP	9,9%	10,3%	9,6%	11,3%	8,3%	0,0%
Restoque Com. e Conf. de Roupas S.A.	PDVACP	7,3%	2,0%	8,7%	12,1%	3,1%	10,4%
Springer S.A.	PDVACP	1,9%	-8,6%	38,5%	4,2%	-15,3%	-9,1%
Magazine Luiza S.A.	PDVACP	-3,8%	-0,4%	0,7%	4,4%	-12,7%	-11,1%
Via Varejo S.A.	PDVACP	-5,4%	5,2%	1,8%	-2,9%	-30,8%	-0,1%
B2W - Companhia Digital	PDVACP	-6,4%	-26,1%	-12,8%	4,6%	8,5%	0,0%
Média das Empresas	PDVACP	17,6%	18,2%	18,2%	17,7%	15,8%	0,0%

Tabela 7 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio

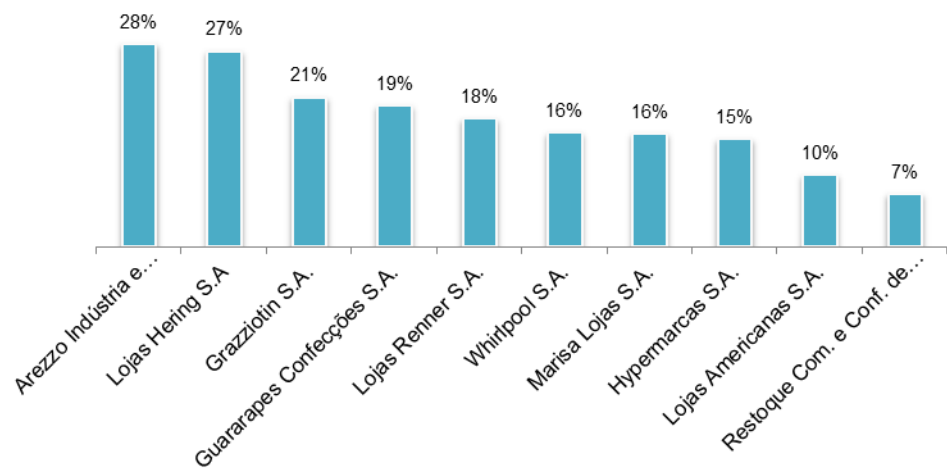


Gráfico 7 - Valor Adicionado Destinado à Remuneração do Capital Próprio

5 RESULTADOS

5.1 PRODUÇÃO DE RIQUEZA E RIQUEZA RECEBIDA EM TRANSFERÊNCIA

Diante do estudo realizado, pode-se levantar que oito das 14 empresas analisadas, ou seja, 57% das empresas do setor de comércio varejista com capital aberto têm mais de 90% da sua riqueza gerada através de recursos próprios.

O gráfico e a tabela a seguir ilustram a média das origens das riquezas produzidas pelas empresas do setor de comércio varejista.

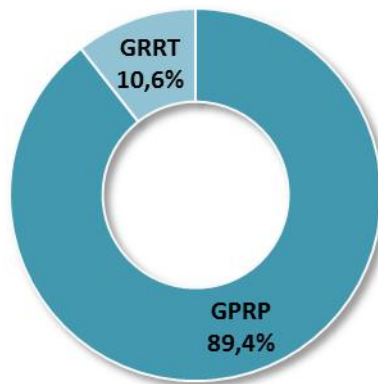


Gráfico 8- Média das Origens das Riquezas

Indicador	Média do Período	2012	2011	2010	2009	2008
GPRP	89,4%	89,2%	85,6%	91,2%	91,5%	87,8%
GRRT	10,6%	10,8%	14,4%	8,8%	8,5%	12,2%
	100%	100%	100%	100%	100%	100%

5.2 DISTRIBUIÇÃO DA RIQUEZA GERADA

Conforme a tabela e o gráfico a seguir pode-se notar que, em média, o Governo é o *stakeholder* que ficou com a maior fatia do valor adicionado distribuído no período

analisado. Contudo, percebe-se um incremento na remuneração de capital próprio, acompanhado pela redução da riqueza destinada ao Governo.

	Indicador	Média	2012	2011	2010	2009	2008
Empregados	PDVAE	28,6%	31,2%	27,0%	25,1%	26,4%	33,3%
Governo	PDVAG	38,6%	31,9%	32,4%	38,1%	40,9%	49,6%
Capital de Terceiros	PDVACT	12,8%	12,5%	16,5%	14,4%	11,2%	9,5%
Capital Próprio	PDVACP	20,0%	24,4%	24,1%	22,5%	21,5%	7,6%
Total		100%	100%	100%	100%	100%	100%

Tabela 8 - Distribuição do Valor Adicionado

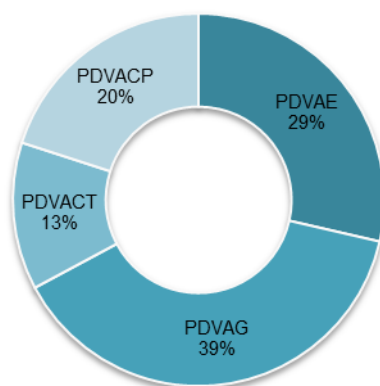


Gráfico 9 - Média da Distribuição do Valor Adicionado

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com as alterações feitas à Lei nº 6.404/76, a inclusão da Demonstração do Valor Adicionado às demonstrações contábeis obrigatórias marca uma nova fase da contabilidade brasileira. Mesmo sendo mandatória apenas para as empresas de capital aberto, essa inclusão evidencia o crescente interesse nas informações sociais das empresas, que estão em busca de diferenciais para se destacar perante a sociedade e seus investidores.

O presente estudo teve como objetivo acompanhar a evolução dos indicadores de valores gerados e distribuídos aos *stakeholders* das empresas de capital aberto do setor de comércio varejista. Para tanto, foram analisadas as DVA's do período de 2008 a 2012 através de indicadores que possibilitam uma análise complementar da geração de riqueza pela entidade.

Constatou-se que em média, 89,4% da riqueza gerada pelas empresas do setor são provenientes de recursos próprios, e apenas 10,6% é recebido em transferência.

Quanto à distribuição da riqueza, constatou-se que em média 38,6%, a maior parte da riqueza agregada total, destinou-se ao Governo. Aos empregados, foram agregados, em média, 28,6% da riqueza gerada. A empresa e os acionistas, por sua vez, ficaram com 20% entre lucros retidos e dividendos. E por fim, 12,8% foram destinados à remuneração de capital de terceiros através de despesas de juros e aluguéis.

Um fator interessante que a pesquisa possibilitou analisar foi o impacto da desoneração fiscal lançada pelo Governo aos eletrodomésticos, que resultou em uma queda de quase 50% do valor adicionado destinado ao Governo, possibilitando que as empresas destinassem maior parte de sua riqueza aos demais stakeholders.

Diante do exposto, percebe-se o quão rica em informações a DVA é, como ela pode ser útil às entidades para comparação de empresas do mesmo setor, e no âmbito social permitindo maior conhecimento da contribuição da companhia para a sociedade em que a mesma está inserida.

REFERÊNCIAS

BENTLEY, T. **Added value and contribution.** *Management Accounting*, v.59, n.3, March 1981.

BEUREN, I. M. **Como elaborar trabalhos monográficos em Contabilidade: teoria e prática** 2. ed. São Paulo: 2004.

BM&FBovespa – Disponível em <<http://www.bmfbovespa.com.br>> – Acesso em Abril e Maio/2013.

COSENZA, J. P. **A Eficácia Informativa da Demonstração do Valor Adicionado.** Revista Contabilidade & Finanças, Ano 14, Edição Comemorativa. 2003

CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. **Pronunciamento Técnico CPC 09: Demonstração do Valor Adicionado.** Disponível em <www.cpc.org.br/pdf/CPC_09.pdf>.

DE LUCA, M. M. M.. **Demonstração do valor adicionado: do cálculo da riqueza criada pela empresa ao valor do PIB.** 1. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

FIPECAFI, **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

GALLIZO LARRAZ, J.L. *El valor añadido en la información contable de la empresa: analisis y aplicaciones.* Madrid: **ICAC**, p. 371-389, 1990.

IDV – INSTITUTO PARA DESENVOLVIMENTO DO VAREJO. Disponível em: <<http://www.idv.org.br/>>

KROETZ, C. E. S., COSENZA, J. P.; **Considerações sobre a eficácia do valor adicionado para a mensuração do resultado econômico e social.** In: Convenção De Contabilidade Do Rio Grande Do Sul, 9, 2003. Gramado, RS. Disponível em: <<http://www.ccontabeis.com.br/conv/t07.pdf>>.

LOPES DE SÁ, A. **Balanço Social Contábil**, 2007. Disponível em <<http://www.lopesdesa.com.br/artigos/social/>>

MARION, J. C.; **Contabilidade empresarial**. 8. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MATARAZZO, D. C.; **Análise Financeira de balanços**. 6. ed. São Paulo: Atlas 2003.

PORTAL BRASIL. Disponível em <<http://www.brasil.gov.br/sobre/economia>>

SILVA, J. P. da. **Análise financeira das empresas**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, J. E., MORAES, P. B. **Uso da Demonstração do Valor Adicionado – DVA, como Ferramenta de Medição da Carga Tributária no Brasil**. eGesta - Revista Eletrônica de Gestão de Negócio v. 4, n. 1, jan.-mar./2008, p. 1-32.

YIN, R. K. **Estudo de caso – planejamento e métodos. (2Ed.)**. Porto Alegre: Bookman. 2001.